

**PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN DI SPBU TERAS BOYOLALI GUNA
MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG KONSUMEN**



**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Untuk Mencapai Gelar Ahli Madya
Jurusan Manajemen Pemasaran**

Oleh :

RESA JUAN ANANTA

F3214060

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III
MANAJEMEN PEMASARAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2017

ABSTRAK
PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN DI SPBU TERAS BOYOLALI GUNA
MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG KONSUMEN

RESA JUAN ANANTA

F3214060

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat penerapan kualitas pelayanan yang diterima oleh masyarakat pada dasarnya, dan khususnya untuk mengetahui minat beli ulang konsumen di SPBU Teras Boyolali. Minat beli ulang diketahui dari lima dimensi pelayanan yaitu *Tangible* (bukti langsung), *Reliabilities* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Emthy* (perhatian), yang selanjutnya guna mengetahui dimensi manakah yang dianggap oleh konsumen sebagai dimensi paling baik dan kurang baik dalam hal untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen di SPBU Teras Boyolali.

Penelitian ini menggunakan survei sebagai instrumen penelitian dan metode pengumpulan data yang di gunakan adalah dengan penelitian magang, studi pustaka, dan dengan penyebaran kuisioner. Metode penelitian yang di gunakan dengan cara diskriptif kualitatif, dan teknik penyajian data yang di gunakan adalah dengan metode analisis diskriptif. Penulis mengambil objek pada TBBM Boyolali untuk magang dan SPBU Teras Boyolali untuk tempat penelitiannya dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan berdasar populasi yaitu konsumen yang pernah membeli produk dan mendapatkan jasa dari pembelian produk di SPBU Teras Boyolali.

Berdasarkan pada data yang telah diolah, di dapatkan hasil bahwa dari lima dimensi pelayanan yaitu *Tangible* (bukti langsung), *Reliabilities* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (perhatian), dimensi yang dinilai responden kurang baik adalah dimensi *Assurance* (jaminan) dan pada dimensi *Reliability* (Keandalan) menjadi dimensi Kualitas Pelayanan yang dinilai paling baik guna meningkatkan minat beli ulang konsumen.

Kata kunci : kualitas layanan, layanan prima, kepuasan konsumen, *Tangible* (bukti langsung), *Reliabilities* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (perhatian)

**IMPLEMENTATION OF SERVICE QUALITY ON SPBU TERAS BOYOLALI FOR
INCREASING CONSUMER REPEAT PURCHASE**

RESA JUAN ANANTA

F3214060

The purpose of this study is to determine the level of received service quality application basically by the community, and especially to know consumer's repeat buying interest in SPUB Teras Boyolali. Repeat buying interest is known from the five dimensions of service, they are Tangible (direct evidence), Reliabilities, Responsiveness (assesment), Assurance, and Emthy (attention), futrhtermore, to know which dimensions are considered by consumers as the best dimension and less good dimensions in therms of increasing consumer's repeat buying interest in SPBU Teras Boyolali.

This research use survey as research instrument and research of internship, literature study, and spreading questionnaire as data collecting method. The research method is descriptive qualitative, and descriptive analysis method used as the data presentation method. The author took the object on TBBM Boyolali for internship and SPBU Teras Boyolali for the place of reserch with the number of samples as much as 100 respondents. Sampling is based on the population of consumers who have purchased and ever had service experienced on SPBU Teras Boyolali.

Based on the data that has been processed, the result from the five dimensions of service are Tangible (direct evidence), Reliabilities, Responsiveness (assesment), Assurance, and Empathy (attention), the less good dimension is Assurance and the best dimension is Tangible (direct evidence) as service quality dimension which is considered the best way to increase consumer repeat purchase interest.

Keywords : Service quality, excellent quality, consumer satisfaction, Tangible (direct evidence), Reliabilities, Responsiveness (assesment), Assurance, and Empathy (attention)

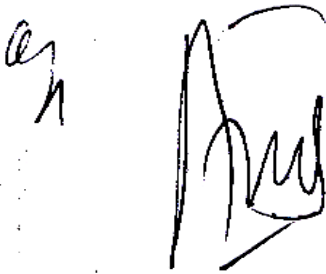
HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**“PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN DI SPBU TERAS BOYOLALI
GUNA MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG KONSMEN”**

Surakarta, 13 Agustus 2017

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



AHMAD MUJAHID S.E., M.Sc

NIP. 1979111820130201

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

“PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN DI SPBU TERAS BOYOLALI GUNA MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG KONSMEN”

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 13 Agustus 2017

Tim Penguji Tugas Akhir

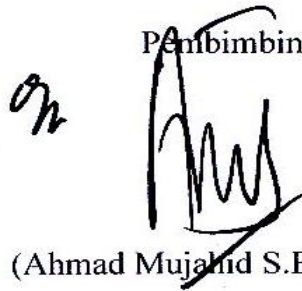
Penguji



(Pram Suryanadi S.E, M.Si)

NIP.1974122420130201

Pembimbing



(Ahmad Mujahid S.E, M.Sc)

NIP.1979111820130201

Mengetahui,

Ketua Program Studi D3

Manajemen Pemasaran



Drs. Moh. Amen Gunadi, MP

NIP.195610231986011001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : Resa Juan Ananta
NIM. : F3214060
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul Tugas Akhir (TA) : Penerapan Kualitsa Pelayanan Di SPBU Teras Boyolalu
Guna Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 13-09-2017.....
Mahasiswa



Resa Juan Ananta
NIM. F3214060

MOTTO

BERMIMPILAH SETINGGI LANGIT, JIKA ENGKAU JATUH
ENGKAU AKAN JATUH DI ANTARA BINTANG-
BINTANG. (Ir. Soekarno)

**Semua yang dilakukan bukan karena harus atau pantas tetapi
karena keyakinan. You're Trust You're Life (Penulis)**

**Jika kamu bisa mengendalikan pikiran positif pada situasi
negatif, kamu menang. (Penulis)**

JIKA KAMU INGIN MERANCANG MASA DEPAN, LIAHTLAH MASA LALU SEBAGAI
SEJARAH, JANGAN KAMU BELOKKAN, TETAPI PELAJARI ATAS KESALAHAN.

(PENULIS)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh ucapan syukur saya mengucapkan Terima kasih dengan mempersembahkan karya ini kepada :

1. Allah SWT
2. Ibu, Bapak dan Mamah saya yang selalu memberikan doa, keyakinan, pengaruh, dan kasih sayang.
3. Adikku tersayang yang selalu saya repotkan.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah membimbing saya menjadi lebih baik dan menjadi lebih tahu ilmu dari sebelumnya.
5. Nabila Aribarisa, I remember my dream for you, and I'll always do it.
6. Teman-teman D3 Manajemen Pemasaran terimakasih atas segala bentuk pertemanan, liku-liku dan sebagainya.
7. Untuk Taylor Gang FEB.
8. Yang terakhir terima kasih kepada almamater tercinta Universitas Sebelas Maret Surakarta.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir tepat pada waktunya dengan judul “PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN DI SPBU TERAS BOYOLALI GUNA MENINGKATKAN MINTA BELI ULANG KONSUMEN”

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk mendapatkan gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dekan beserta Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan ijin dalam penulisan tugas akhir ini.
2. Bapak Drs. Moh. Amien Gunadi, MP selaku ketua Program Diploma Tiga Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Ahmad Mujahid, S.E, M.Se..selaku dosen pembimbing dalam penyusunan Tugas Akhir dan Pebimbing Magang.
4. Semua Dosen Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
5. Bapak Soeharto selaku pembimbing mitra di Pertamina TBBM Boyolali.
6. Bapak Operation Head Pertamina TBBM Boyolali.
7. Semua karyawan Pertamina TBBM Boyolali yang telah banyak memberikan masukan, bantuan, dan pengalaman yang sangat berguna.

8. Bapak, Ibu, dan mamah saya tercinta yang telah banyak membantu dalam hal apapun dalam hidup saya.
9. Semua teman-teman DIII Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Sebelas Maret Surakarta Angkatan 2014 yang telah banyak membantu, memberikan dorongan dan masukannya.
10. Nabila Aribarisa yang selalu dan selalu menjadi penyemangat saya.
11. Semua pihak yang sudah membantu terselesaikannya tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Meskipun demikian, semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi penelitian yang lain dan bagi pembaca pada umumnya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan dari saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak untuk memberikan manfaat bagi penulis.

Surakarta,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang.....	5
B.Rumusan Masalah.....	6
C. Manfaat Penelitian.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E.Metode Penelitian.....	7
F. Batasan Penelitian.....	8
G. Definisi Operasioanl.....	9
H. Teknik Pengumpulan Data.....	12
I. Sumber Data.....	14
BAB II : KAJIAN PUSTKA.....	16
A. Pengertian Jasa.....	16
B. Kualitas.....	18
C. Konsep Kualitas Pelayanan.....	19
D.Kualitas Pelayanan	22
E. Minat Beli Ulang.....	25
BAB III :PEMBAHASAN.....	29
A.Gambaran Umum Perusahaan.....	29
B.Laporan Magang Kerja.....	39
1. Pengertian Magang Kerja.....	39

2. Tujuan Magang Kerja.....	39
3. Pelaksanaan Magang Kerja.....	39
4. Kegiatan Yang Dilakukan Selama Magang Kerj.....	40
C. Hasil Penelitian.....	45
1. Karakteristik Responden.....	45
2. Hasil Pengolahan Data.....	46
 BAB IV :PENUTUP.....	 60
A.KESIMPULAN.....	60
1. Karakteristik Responden Kualitaas Pelayanan	60
2. Persentase Responden Minat Beli Ulang.....	60
3. Hasil Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

Gambar III.I Struktur Organisasi TBBM Boyolali Region IV.....	35
---	----

DAFTAR TABEL

TABEL

Tabel 3.1 Unit Operasi Daerah Produksi.....	32
Tabel 3.2 Penjelasan Kegiatan Magang Di TBBM Boyolali.....	40
Tabel 3.3 Penjelasan Kegiatan Magang Di TBBM Boyolali.....	41
Tabel 3.4 Penjelasan Kegiatan Magang Di TBBM Boyolali.....	42
Tabel 3.5 Deskripsi Kegiatan Magang Di TBBM Boyolali.....	43
Tabel 3.6 Deskripsi Kegiatan Magang Di TBBM Boyolali.....	44
Tabel 3.7 Karakteristik Umur Responden.....	45
Tabel 3.8 Karakteristik Frekuensi Responden.....	46
Tabel 3.9 Dimensi <i>Tangibles</i>	47
Tabel 3.10 Dimensi <i>Reliability</i>	49
Tabel 3.11 Dimensi <i>Responsiveness</i>	52
Tabel 3.12 Dimensi <i>Assurance</i>	54
Tabel 3.13 Dimensi <i>Emphaty</i>	56
Tabel 3.14 Total Persentase.....	58